

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN
KEPUTUSAN PELANGGAN TETAP MENGINAP
DI HOTEL GARDEN PALACE SURABAYA

Oleh :
Ety Dwisusanti
Adm.Bisnis FISIP-UPN"Veteran" Jatim

ABSTRACT

This research aim to know relation between price, service and facility with decision of customer remain to lodge in Hotel of Garden Palace Surabaya.

This Research represent quantitative descriptive research to free variable that is price, facility, and service with variable tied that is decision of consumer. this Research population is customer remain to lodging in Hotel of Garden Place Surabaya. Sample Technique is pursuant to Propotionate Stratify Random Sampling,. Type Data which is required in this research is primary data, source of data come from responder answer of or questionnaire of quetionare.

Technique analyse used data that is obtained data will be compiled, to be grouped and then data analysed quantitatively by using statistical methods of chi square.

Result of this research indicate that : there are relation between price, service and facility with decision of customer remain to lodge in Hotel of Garden Palace.

Become price, service and facility have relation with decision of customer remain to lodge in Hotel of Garden Palace, so that hypothesis can be accepted and tested its truth.

Keyword: price, service and facility

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga, fasilitas dan pelayanan dengan keputusan pelanggan tetap menginap di Hotel Garden Palace Surabaya.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif terhadap variabel bebas yaitu harga, fasilitas, dan pelayanan dengan variabel terikat yaitu keputusan konsumen. Populasi penelitian ini adalah pelanggan tetap yang menginap di Hotel Garden Place Surabaya. Teknik penarikan sampelnya berdasarkan Propotionate Stratifikasi Random Sampling,. Jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer, sumber data berasal dari jawaban responden atas daftar pertanyaan atau koesioner.

Teknik analisis data yang digunakan yaitu data yang diperoleh akan disusun, dikelompokkan dan kemudian data dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan metode statistik chi kuadrat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : terdapat hubungan antara harga, fasilitas dan pelayanan dengan keputusan pelanggan tetap menginap di Hotel Garden Palace.

Jadi harga, fasilitas dan pelayanan mempunyai hubungan dengan keputusan pelanggan tetap menginap di Hotel Garden Palace, sehingga hipotesis dapat diterima dan teruji kebenarannya.

Kata kunci: harga, fasilitas dan pelayanan

PENDAHULUAN

Pada abad modern ini perkembangan dunia bisnis di Indonesia semakin maju, baik bisnis dalam bidang industri maupun jasa. Bisnis perhotelan merupakan pemasaran di bidang jasa, menurut Kottler (1997:96) : jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Usaha di bidang perhotelan dewasa ini menunjukkan adanya persaingan yang semakin ketat dalam usaha meningkatkan tingkat hunian kamar yang dimiliki masing-masing hotel. Untuk itu pengusaha yang bergerak dalam bisnis perhotelan dituntut untuk mampu bersaing agar dapat bertahan didalam persaingan yang semakin ketat ini.

Hotel bukan merupakan suatu obyek pariwisata melainkan merupakan sarana dalam bidang kepariwisataan, hotel perlu mengadakan kegiatan bersama dengan tempat-tempat rekreasi, hiburan dan lain-lain untuk menonjolkan sesuatu yang khas dari suatu obyek wisata agar dapat menjadi daya tarik dari daerah yang bersangkutan. Dengan begitu diharapkan penjualan jasa hotel akan mudah dilakukan karena selain melihat daerah wisata, oerang akan menggunakan jasa hotel tesebut untuk tempat menginap.

Pembangunan hotel baik hotel berbintang maupun hotel non bintang yang jumlahnya terus bertambah ini tentunya akan menyebabkan terjadinya persaingan yang semakin ketat. Untuk itu pengelola hotel harus melengkapi hotelnya dengan berbagai macam sarana dan prasarana yang dapat membuat konsumen tertarik untuk menginap di hotelnya.

Agar dapat bersaing dengan hotel lain, maka pengelola hotel harus benar-benar memperhatikan kualitas dari hotelnya. Harga yang ditawarkan harus dapat dijangkau oleh konsumen, selain itu harga tersebut kalau bisa harus lebih murah dari hotel lain yang sejenis. Staton (1991:308) harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk

memperoleh kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.

Kotter dan Gary Amstrong (2001:43) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Harga kamar dan harga makanan serta minuman bagi sebuah hotel adalah sumber pendapatan utama untuk kesinambungan usaha hotel yang dijalankan. Bagi sebuah hotel disini meliputi harga kamar dan harga makanan dan minuman baik minuman lokal maupun minuman import ditambah dengan pelayanan yang diberikan pihak hotel.

Selain harga, faktor lain yang dapat menunjang keputusan konsumen untuk menginap di hotel tersebut adalah fasilitas. Fasilitas menurut Effendi (1992:34) fasilitas merupakan bagian dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan dan dijual kepada konsumen, yang merupakan hak seorang konsumen untuk dipakai, dipergunakan dan untuk dinikmati konsumen yang membeli produk atau jasa tersebut.

Pelayanan merupakan salah satu faktor penentu bagi konsumen karena layanan yang ramah dan menyenangkan akan membuat konsumen merasa senang sehingga mereka akan kembali menginap di hotel tersebut.

Kebutuhan konsumen harus selalu menjadi perhatian yang utama bagi perusahaan. Dengan cara selalu melihat perilaku dari konsumen tersebut. Perilaku konsumen dapat dinyatakan sebagai suatu proses teratur yang dirumuskan sebagai perilaku yang ditunjukkan oleh orang-orang dalam merencanakan, membeli serta menggunakan barang-barang ekonomis dan jasa.

Menurut Winardi (1991:3) perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan oleh orang-orang yang terlibat dalam hal perencanaan, pembelian dan pemakaian barang-barang ekonomis atau jasa.

Sedangkan menurut Lamb, Hair, Daniel (2001:182) perilaku konsumen

adalah proses seorang pelanggan dalam membuat keputusan membeli, juga untuk menggunakan barang-barang dan jasa yang dibeli, juga termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk.

Didalam perilaku konsumen tidak hanya menyangkut apa (What) yang dibeli atau dikonsumsi tetapi juga dimana (Where), bagaimana kebiasaan (How often), dan dalam kondisi macam apa (Under what condition) barang atau jasa itu dibeli maka dalam perilaku konsumen meliputi kegiatan sebelum, pada saat dan sesudah terjadi pembelian.

Keputusan untuk membeli diambil oleh pembeli atau konsumen itu sebenarnya merupakan kumpulan dari jumlah keputusan. Menurut Kottler (1993:224) yang memberikan peranan di dalam proses keputusan membeli ada 5 yaitu :

- a. Pengambil inisiatif (initiator) adalah seseorang yang pertama-tama menyarankan atau memikirkan gagasan membeliproduk atau jasa tertentu.
- b. Orang yang mempengaruhi (influences), seseorang yang memberikan pengaruh adalah orang yang pandangan atau nasehatnya diperhitungkan dalam membuat keputusan akhir.
- c. Pembuatan keputusan (decides) adalah seseorang yang pada akhirnya menentukan sebagian besar atau keseluruhan keputusan membeli apakah jadi membeli, apa yang dibeli, bagaimana membeli atau dimana membeli.
- d. Pembeli (buyer) adalah seseorang yang melakukan pembelian yang sebenarnya.
- e. Pemakai (user) adalah seseorang atau beberapa orang yang menikmati atau memakai produk atau jasa.

Menurut Lamb, Hair, Daniel (2001:268), harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa. Para konsumen tertarik untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa dengan harga yang pantas, harga yang pantas yang sesungguhnya berarti nilai yang

dipersiapkan pantas pada saat transaksi dilakukan.

Sedangkan menurut Tjiptono (1998:29) menyatakan pelanggan biasanya menghubungkan harga dan peralatan (fasilitas) pendukung jasa dan kualitas jasa dalam keputusannya. Bila pelanggan mempunyai pengalaman yang baik dan puas terhadap keputusan layanan suatu badan usaha, Hal ini akan dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha karena pelanggan tersebut akan terus-menerus menggunakan jasa badan usaha tersebut, merekomendasikan kepada oranglain, mengatakan hal-hal yang positif mengenai badan usaha tersebut kepada orang lain.

Sedangkan Menurut Sutisna (2002:13) pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dalam kebutuhan dan keinginan. Selanjutnya jika sudah disadari adanya kebutuhan dan keinginan, maka konsumen akan mencari informasi mengenai keberadaan produk yang diinginkannya. dan informasi yang mereka cari antara lain menyangkut harga, pelayanan, dan fasilitas.

Hotel Garden Palace Surabaya sebagai salah satu jasa perhotelan yang berdiri dari berbagai banyak hotel di Surabaya. Hotel Garden Palace merupakan hotel bintang empat yang mempunyai 330 kamar.

Hotel Garden Palace mengalami penurunan di dalam volume tingkat huniannya dari tahun 2000 – tahun 2003. untuk itu sebagai sarana penginapan yang baik, Hotel Garden Palace tetap berusaha untuk menarik minat tamu dengan meningkatkan kualitas hotelnya yaitu dengan memberikan harga yang dapat dijangkau oleh konsumen dan tetap mempertahankan harga yang lebih murah dari hotel lain yang sejenis berbintang empat.

Hotel Garden Palace juga menyediakan fasilitas yang cukup memadai. Fasilitas tersebut yaitu menyediakan private bath atau kamar mandi dalam, hot dan cold water dengan shower, single dan double bed, AC, TV, Telepon, restoran, kolam renang,

pelataran parker yang luas dan lain-lain, yang mana dari fasilitas-fasilitas tersebut disesuaikan dengan harga yang akan ditawarkan kepada konsumen.

METODE PENELITIAN

Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah ada hubungan antara harga, fasilitas dan pelayanan dengan keputusan konsumen dalam memilih Hotel Garden Palace sebagai tempat untuk menginap

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif terhadap variabel bebas yaitu harga, fasilitas, dan pelayanan dengan variabel terikat yaitu keputusan konsumen. Populasi penelitian ini adalah pelanggan tetap yang menginap di Hotel Garden Place Surabaya. Teknik penarikan sampelnya berdasarkan Propotionate Stratifikasi Random Sampling,. Jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer, sumber data berasal dari jawaban responden atas daftar pertanyaan atau koesioner.

Teknik analisis data yang digunakan yaitu data yang diperoleh akan disusun, dikelompokkan dan kemudian data dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan metode statistik chi kuadrat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil perhitungan analisa dan pengujian hipotesis antara harga, fasilitas dan pelayanan dengan keputusan pelanggan tetap di Hotel garden palace, dapat dijelaskan dalam pembahasan sebagai berikut:

Pembahasan Analisis dan Pengujian Hipotesis Harga Dengan Keputusan Konsumen

Dari hasil diatas diketahui bahwa jumlah $X^2_{hitung} = 23,83$ yang lebih besar dari $X^2_{tabel} = 7,779$ sehingga dapat dikatakan bahwa harga mempunyai hubungan yang nyata dengan keputusan pelanggan tetap. Setelah mengetahui hubungan yang nyata antara kedua faktor, maka dari perbandingan hasil Contingency dan Contingency Maksimum dapat diketahui bahwa hasil

$C=0,43$ dan $C_{maks} = 0,186$. Hal ini berarti bahwa derajat asosiasi faktor harga dengan keputusan konsumen cukup murah karena hasil perbandingan menunjukkan besarnya $C_{corrected} = 0,53$ (53 %).

Sehingga berdasarkan hasil analisis dan perhitungan dari jawaban responden yang menginap di Hotel Garden Palace Surabaya adalah faktor harga merupakan pilihan utama bagi pelanggan tetap yang ingin menginap di Hotel Garden Palace Surabaya. Hotel Garden Palace merupakan hotel berbintang yaitu bintang empat (****) yang mempunyai 330 kamar. Sebagai sarana penginapan yang baik, Hotel Garden Palace berusaha untuk menarik minat tamu dengan meningkatkan kualitas hotelnya yaitu dengan memberikan harga yang lebih murah dari hotel lain yang sejenis bintang empat (****). Karena Hotel Garden Palace dapat diperuntuhkan bagi pelanggan tetap yang merupakan golongan menengah dan golongan atas, atau dengan kata lain bahwa Hotel Garden Palace dapat diperuntuhkan bagi semua golongan maka harga yang ditetapkan atau harga yang ditawarkan terjangkau dimana dapat disesuaikan dengan jenis kamarnya.

Jadi dipentingkan dalam hal ini adalah harga yang ditetapkan oleh pihak hotel yang lebih murah dari hotel lain yang sejenis bintang empat (****) merupakan salah satu faktor penyebab pelanggan tetap tertarik untuk menginap di Hotel Garden Palace.

Pembahasan Analisis dan Pengujian Hipotesis Fasilitas Dengan Keputusan Konsumen

Dari hasil diatas bahwa jumlah $X^2_{hitung} = 29,67$ yang lebih besar dari $X^2_{tabel} = 7,779$ sehingga dapat dikatakan bahwa fasilitas mempunyai hubungan yang nyata dengan keputusan pelanggan tetap. Setelah mengetahui hubungan yang nyata antara kedua faktor, maka dari perbandingan hasil Contingency dan Contingency Maksimum dapat diketahui bahwa hasil $C = 0,48$ dan $C_{maks} = 0,816$. Hal ini berarti bahwa derajat asosiasi faktor fasilitas dengan keputusan pelanggan tetap cukup bagus karena hasil

perbandingan menunjukkan besarnya $C_{corrected} = 0,59$ (59%).

Sehingga berdasarkan hasil analisis dan perhitungan dari jawaban responden yang menginap di Hotel Garden Palace Surabaya adalah faktor fasilitas memiliki hubungan dengan keputusan pelanggan tetap menginap di Hotel Garden Palace, karena fasilitas yang disediakan oleh Hotel Garden Palace sangat baik sehingga memberikan suatu ketertarikan pada pelanggan tetap yang ingin menginap di Hotel Garden Palace. Hal-hal yang menyebabkan pelanggan tetap tertarik untuk untuk menginap di Hotel Garden Palace adalah fasilitas yang disediakan oleh pihak hotel antara lain pelanggan tetap dapat menggunakan fasilitas kolam dan fitness centre secara gratis, memperoleh harian koran secara gratis, mendapatkan potongan harga untuk fasilitas laundry dan business centre serta memperoleh fasilitas antar jemput tamu.

Pihak hotel berusaha untuk menyediakan fasilitas di dalam kamar maupun fasilitas di luar kamar yang lebih baik karena diharapkan penyediaan fasilitas yang baik dapat dipergunakan oleh para tamu dan dapat memberikan rasa nyaman pada pelanggan tetap atau tamu selama menginap di Hotel Garden Palace.

Pembahasan Analisis dan Pengujian Hipotesis Pelayanan Dengan Keputusan Konsumen

Dari hasil diatas diketahui bahwa jumlah $X^2_{hitung} = 37,37$ yang lebih besar dari $X^2_{tabel} = 7,779$ sehingga dapat dikatakan bahwa pelayanan mempunyai hubungan yang nyata dengan keputusan pelanggan tetap. Setelah mengetahui hubungan yang nyata antara kedua faktor, maka dari perbandingan hasil Contingency dan Contingency Maksimum dapat diketahui bahwa hasil $C = 0,52$ dan $C_{maks} = 0,816$. Hal ini berarti bahwa drajat asosiasi faktor pelayanan dengan keputusan konsumen cukup bagus karena hasil perbandingan menunjukkan besarnya $C_{corrected} = 0,64$ (64%).

Sehingga berdasarkan hasil analisis dan perhitungan dari jawaban responden

yang menginap di Hotel Garden Palace Surabaya adalah faktor pelayanan memiliki hubungan yang paling dominan dengan keputusan pelanggan tetap menginap di Hotel Garden Palace. Hal-hal yang menyebabkan pelanggan tetap tertarik untuk menginap di Hotel Garden Palace adalah pelayanannya. Karena didukung oleh sikap layanan yang ditunjukkan oleh pegawai hotel yang bersikap ramah, sopan dan mereka bertugas secara cepat dan tepat sesuai dengan kebutuhan pelanggan tetap atau tamu maka pelanggan tetap merasa nyaman selama menginap di Hotel Garden Palace.

Jadi antara harga dengan keputusan pelanggan tetap menginap di Hotel Garden Palace mempunyai hubungan yang kuat atau erat. Pelanggan tetap akan merasa tertarik untuk menginap di Hotel Garden Palace apabila faktor harga diterima dengan layak dan pantas. Jadi antara fasilitas dengan keputusan pelanggan tetap menginap di Hotel Garden Palace mempunyai hubungan yang kuat atau erat. Pelanggan tetap akan merasa tertarik untuk menginap di Hotel Garden Palace apabila faktor fasilitas dengan baik.

Jadi antara pelayanan dengan keputusan pelanggan tetap menginap di Hotel Garden Palace mempunyai hubungan yang kuat atau erat. Pelanggan tetap akan merasa tertarik untuk menginap di Hotel Garden Palace apabila faktor pelayanan diterima dengan baik.

Hendaknya pihak Hotel Garden Palace lebih cermat dan mempertimbangkan secara matang dalam menetapkan harga, mengingat adanya persaingan yang ketat serta kondisi perekonomian yang tidak stabil.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang kuat antara harga, dengan keputusan pelanggan tetap menginap di Hotel garden Palace, karena harga diterima dengan layak dan pantas. Ada hubungan yang kuat antara

harga, fasilitas dengan keputusan pelanggan tetap menginap di Hotel garden Palace, karena fasilitas yang ada diterima dengan baik . Ada hubungan yang kuat antara pelayanan dengan keputusan pelanggan tetap menginap di Hotel garden Palace, karena layanan yang diberikan dapat memusakan.

Saran

Hendaknya pihak Hotel Garden Palace lebih cermat dan mempertimbangkan secara matang dalam menetapkan harga, mengingat adanya persaingan yang ketat serta kondisi perekonomian yang tidak stabil.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. 1993. Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Edisi Ketujuh, Jilid I Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- _____, 1997. Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid I Penerbit Prehalindo, Jakarta.
- _____, and Gary Amstrong, 2001 Prinsip-Prinsip Pemasaran, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Stanton, William J and Michael J. Etzel. 1990. Fundamentals of Marketing. Mc Graw Hill International Edition, New York, Ninth Edition.
- Sutisna. 2001. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Swasta, Basu, 1979. Asas-Asas Marketing. Yogyakarta, Akademi Keuangan & Bisnis (AKB).
- Tjiptono, Fandy, 1997, Strategi Pemasaran, Ardi, Yogyakarta.